SWITZERLAND GLOBAL ENTERPRISE

Züger Frischkäse AG
Gewinner Export Award 2016 / Success
Ein grüner Balken macht Furore

Innovation und Pioniergeist aus Oberbüren
Was braucht es, um im Exportgeschäft Erfolg zu haben? Eine zündende Idee, hervorragende Marktkenntnisse – und viel Schweizer Biomilch! Seit 2008 beliefert die Züger Frischkäse AG aus dem sanktgallischen Oberbüren den deutschen Bio-Fachhandel mit laktosefreien Biomilch-Produkten. Das Sortiment umfasst Mozzarella, Frischkäse, Quark, Mascarpone, Hirtenkäse und Butter. Der markante grüne Balken mit der Aufschrift «Laktosefrei» auf den Züger-Produkten hat sich längst als Markenzeichen für den beschwerdefreien Konsum von Milchprodukten etabliert. «Dieses Label war matchentscheidend für den Erfolg», sagt CEO Christof Züger, der die Firma zusammen mit seinem Bruder Markus vom Vater übernommen und mit viel Innovation zum fünftgrössten Schweizer Milchverarbeiter geführt hat. Etwa 60 Millionen Franken oder 40 Prozent des Umsatzes erzielt Züger Frischkäse heute im Ausland. Die jährlichen Wachstumsraten sind zweistellig.

Lukrative Export-Nische
Der Erfolg fiel den Gebrüdern Züger nicht in den Schoss. Zum einen sind Schweizer Biomilch-Produkte rund 30 Prozent teurer als ausländische Konkurrenzprodukte. Zum anderen dürfen seit der Liberalisierung des Käsemarkts im Jahr 2007 ausländische Anbieter ihre Waren zollfrei in die Schweiz einführen. Der Platz im Regal wurde noch enger. Dass in Deutschland Bioprodukte im spezialisierten Fachhandel verkauft werden, öffnete eine lukrative Export-Nische. Ohne dass der höhere Schweizer Milchpreis zum Wettbewerbsnachteil geriet.

Fokussieren statt verzetteln
Für den Markteintritt setzten die Gebrüder Züger auch auf bestehende Partnerschaften, so mit dem grössten deutschen Biofachhändler «dennree». Zuerst lancierte Züger Frischkäse einen Bio-Mozzarella ohne Laktose. Heute bietet das Unternehmen acht laktosefreie Frischkäse-Produkte an. Beim Basissortiment soll es auch bleiben, damit die nötigen Absatzzahlen erreicht werden. Als Nächstes wird das Erfolgskonzept auf weitere europäische Länder ausgeweitet – mit dem grünen Balken, versteht sich.